



Strategia Promocji

Uniwersytetu w Białymstoku



Zgodność strategiczna

Opracowany dokument Strategia Promocji UwB jest zgodny z założeniami Strategii Uniwersytetu w Białymstoku na lata 2022-2030, której wizja stanowi, że:

*Uniwersytet w Białymstoku to **uczelnia o wysokim prestiżu**, dzięki realizacji wszystkich celów Strategii, a w szczególności **poprzez promowanie** ich osiągnięć w zakresie: wysokiego poziomu naukowego, najwyższych standardów kształcenia, zaangażowanej współpracy z otoczeniem bliższym i dalszym, posiadania szerokich relacji międzynarodowych, wybitnej kadry, dobrej sytuacji materialnej.*



Z założenia Strategia Promocji UwB uwzględnia odpowiednio dokumenty strategiczne opracowane na poziomie jednostek UwB (np. Strategia Rozwoju Wydziału Prawa UwB), zachowując zgodność przedmiotową z dokumentami strategicznymi miasta, regionu i kraju.

W opracowanej Strategii Promocji UwB uwzględniono horyzontalnie odnośne założenia „Programu kandydata na rektora UwB na kadencję 2024-2028” przedstawione społeczności akademickiej Uniwersytetu przez prof. dr. hab. Mariusza Popławskiego.

Wizja promocji Uniwersytetu w Białymstoku

Promocja Uniwersytetu w Białymstoku zmierzać będzie do strategicznego doskonalenia **wizerunku** Uniwersytetu, rozwijając sprawność **informacyjną** i uzyskując przewagę konkurencyjną dzięki **kreatywności**.

Obszary horyzontalne Strategii Promocji UwB

I. Wizerunek

Cel nr 1. Budowa marki Uniwersytetu w Białymstoku – rebranding i wzmocnienie pozytywnego wizerunku.

Cel nr 2. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez stronę internetową Uczelni.

Cel nr 3. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez rozwój social mediów.

Cel nr 4. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym.

Cel nr 5. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez rozwój i intensywniejszą promocję audiowizualną.

Cel nr 6. Promocja popularyzacji nauki.

Cel nr 7. Promocja działań skierowanych do uczniów szkół średnich i kandydatów na studia drugiego stopnia.

II. Informacja

Cel 1. Doskonalenie polityki informacyjnej Uniwersytetu w Białymstoku.

Cel 2. Doskonalenie i rozwój Platformy Uczelnianej Uniwersytetu w Białymstoku.

Cel 3. Doskonalenie promocyjne przekazu informacyjnego Uniwersyteckiego Centrum Rekrutacji.

Cel 4. Doskonalenie działań na rzecz promocji umiędzynarodowienia i programu Erasmus+.

III. Kreatywność

Cel nr 1. Budowanie zasobu kreatywnego UwB.

Cel nr 2. Współpraca w kreatywnym rozwoju Wydziałów UwB.

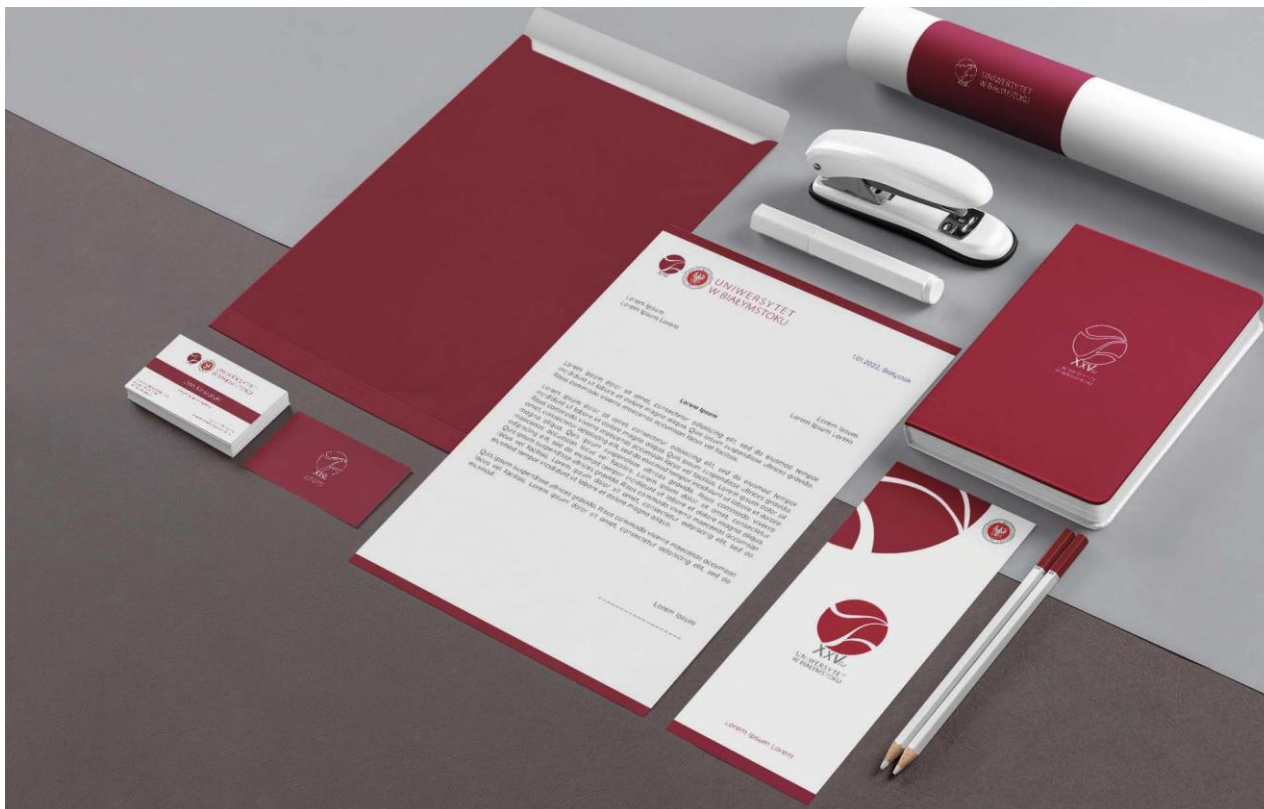
Cel nr 3. Współpraca w kreatywnym rozwoju innych jednostek UwB.

Cel nr 4. Współpraca ze studentami w kreatywnych działaniach promocyjnych.

Cel nr 5. Podejmowanie kreatywnych działań w organizacji różnych wydarzeń UwB.

I. Obszar – WIZERUNEK

Cel nr 1. Budowa marki Uniwersytetu w Białymstoku – rebranding i wzmocnienie pozytywnego wizerunku



Działania:

- 1.1** Stworzenie tzw. „konstansu promocyjnego” czyli stałych elementów identyfikacji wykorzystywanych w promocji UwB, w celu jak najszybszego rozpoznawania Uczelni i kojarzenia jej przez otoczenie, m.in. takie elementy jak: logo, kolorystyka charakterystyczna, typografia, druki – papier firmowy, wizytówki pracowników, koperty, teczki, torebki reklamowe, elementy dress-codu promocyjnego – koszulki, bluzy, czapeczki i inne.
- 1.2** Stworzenie książki identyfikacji wizualnej (brand book) zawierającej zasady użytkowania oraz określające wygląd znaków identyfikacji UwB.
- 1.3** Stworzenie jednolitej idei promocji i hasła - które będą symbolem komunikacji Uczelni z otoczeniem, zwracając uwagę odbiorcy np. poprzez ekologię, międzykulturowość czy patrona.
- 1.4** Stworzenie i udoskonalenie spójnego i nowoczesnego szablonu / projektu rollupów / ścianek dla wszystkich wydziałów, jednostek.

- 1.5** Stworzenie i wzmocnienie spójnej identyfikacji wizualnej całej uczelni - wydziały i inne jednostki UwB - wyznaczenie wspólnych zasad, mechanizmów.
- 1.6** Stworzenie nowoczesnego informatora oraz ulotek w wersji do druku oraz cyfrowej (również w języku angielskim i ewentualnie innych).
- 1.7** Produkcja nowoczesnego **filmu promocyjnego** pokazującego atuty naszej uczelni, a także naszego regionu, miasta Białystok, gdzie warto studiować (wkomponowanie marki i symboli UwB).

Cel nr 2. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez stronę internetową Uczelni

Działania:

- 1.1** Udoskonalenie strony głównej UwB poprzez wzbogacenie jej o nowoczesne usprawnienia komunikacyjne.
- 1.2** Przegląd stron Wydziałów i jednostek pod kątem identyfikacji rozbieżności ze stroną główną, ale też identyfikacji dobrych praktyk do zastosowania na stronie głównej oraz Wydziałów i jednostek.
- 1.3** Stworzenie zasad sprawnego przepływu informacji ważnych w punktu widzenia promocyjnego z Wydziałów do Działu Promocji.
- 1.4** Wzmocnienie bezpieczeństwa i pozycjonowania strony UwB.

Cel nr 3. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez rozwój social mediów

Działania:

- 1.1** Stale doskonalona dotychczasowa obecność w mediach społecznościowych w - Facebook, Instagram, kanał YouTube.
- 1.2** Uruchomienie kont w obecnie niewykorzystywanych mediach społecznościowych m.in. na Platformie X, w sieci LinkedIn, Spotify i ewentualnie innych, które rozwiną się w przyszłości, stwarzając potencjał promocyjny dla UwB.
- 1.3** Realizacja kampanii promocyjno-rekrutacyjnych w social mediach.
- 1.4** Funkcjonalna adaptacja brandingu UwB w kreowaniu nowoczesnej szaty graficznej przeznaczonej do social mediów.
- 1.5** Podnoszenie kwalifikacji osób zaangażowanych w kreowanie i obsługę social mediów w zakresie nowoczesnych trendów w rozwijaniu social mediów.

Cel nr 4. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym

Działania:

- 1.1** Promowanie uczelni poprzez uczestnictwo w największych akcjach/imprezach miejskich, regionalnych, wojewódzkich.
- 1.2** Promocja uczelni poprzez sport: współpraca przy organizowaniu imprez sportowych, w tym imprez charytatywnych, turnieju o puchar Rektora, promowanie studenckich sukcesów sportowych, promocja aktywności fizycznej poprzez m.in. włączanie elementów sportu w imprezy studenckie np. Uniwersalia, poprzez krótkie formy audiowizualne i promocja ich w sieci.
- 1.3** Ścisła współpraca z absolwentami Uniwersytetu w Białymstoku we współpracy z Biurem Karier UwB. Promocja uczelni przez sukcesy naszych absolwentów m.in. poprzez utworzenie nowego cyklu „Absolwenci UwB”.
- 1.4** Promocja oferty kształcenia skierowana bezpośrednio do praktyki społeczno-gospodarczej (zwłaszcza studia podyplomowe, szkolenia).
- 1.5** Promowanie komercjalizacji wiedzy (Centrum Eksperckie UwB i innych spółek spin-off).
- 1.6** Promowanie potencjału UwB – współpraca przy stworzeniu pakietu oferty do podmiotów zewnętrznych (kadra, infrastruktura, partnerstwo projektowe, organizacje artystyczne).
- 1.7** Intensywniejsze wykorzystanie potencjału promocyjnego wspólnych działań z partnerami UwB (w tym wykorzystanie potencjału trzech największych Uczelni jako wizytówki miasta i regionu).
- 1.8** Promowanie działających przy uczelni organizacji pozarządowych oraz wykorzystanie ich potencjału do realizacji wspólnych projektów promocyjnych (m.in. poprzez szukanie źródeł finansowania).

Cel nr 5. Wzmocnienie wizerunku UwB poprzez rozwój i intensywniejszą promocję audiowizualną

Działania:

- 1.1** Zapewnienie profesjonalnej obsługi filmowej oraz zwiększenie liczby publikowanych relacji filmowych z ważnych wydarzeń uniwersyteckich.
- 1.2** Wzmocnienie zdolności organizacyjno-promocyjnych w zakresie transmisji i obsługi audiowizualnej - wykorzystanie obecnych zasobów UwB oraz stworzenie zespołu obsługi audiowizualnej, a także określenie zasad korzystania z infrastruktury i dostępnego sprzętu do obsługi audiowizualnej.
- 1.3** Rozwój kompetencji u osób zaangażowanych w obsługę audiowizualną UwB.

- 1.4** Rozwój bazy technicznej i sprzętowej (doposażenie istniejącego studia nagrań).
- 1.5** Intensyfikacja publikowanych krótkich form audiowizualnych do wykorzystania głównie w mediach społecznościowych.
- 1.6** Rozbudowa bazy zdjęć portretowych pracowników uczelni w celu ich skuteczniejszej promocji.
- 1.7** Profesjonalna realizacja spójnych sesji zdjęciowych budynków Uniwersytetu w Białymstoku wraz z ich wnętrzami, wykorzystywanych w promocji uczelni.

Cel nr 6. Promocja popularyzacji nauki

Działania:

- 1.1** Kontynuacja i rozwój cykli: „Rozmowy o Nauce”, „Ekspert UwB” oraz „Twarze UwB” (z zastosowaniem form audiowizualnych).
- 1.2** Tworzenie nowych cykli na stronie np. „Student potrafi”, „Młodzi Naukowcy” „Jestem Studentem UwB”, w którym będą przedstawiani studenci aktywni, odnoszący sukcesy m.in. naukowe, sportowe, artystyczne. Cykl „Absolwenci UwB” – promocja uczelni poprzez sukcesy naszych najciekawszych absolwentów. Cykl „Podróże kształcą” - intensywniejsze promowanie osób wyjeżdżających na zagraniczne staże naukowe, Erasmus i inne.
- 1.3** Współtworzenie filmowej bazy ekspertów naukowych UwB oraz promowanie w mediach naukowców jako ekspertów i ich osiągnięć.
- 1.4** Intensywniejsze promowanie sukcesów naukowców z UwB (eksponując uczelnię jako bazę dla osiągania sukcesów) - naukowców, którzy otrzymują granty, realizują projekty naukowe, publikują w prestiżowych czasopismach, osiągają sukcesy na arenie krajowej i międzynarodowej poprzez m.in. wywiady, podcasty, filmowe relacje z miejsca pracy, wykorzystanie szerokiego spectrum mediów.
- 1.5** Kontynuacja publikacji UwB (z dystansem do siebie) – nawiązujących wizualnie do cyklu „Uniwersytet w Białymstoku od kuchni”, „Uniwersytet w Białymstoku w menzurce”, np. „Uniwersytet w mieście, w regionie” – rekomendacje odnośnie zwiedzania miasta, regionu, pasji. „Uniwersytet w podróży” – publikacja o wyjeżdżających na staże, Erasmus.
- 1.6** Promocja Podlaskiego Festiwalu Nauki i Sztuki i innych wydarzeń popularyzatorskich.
- 1.7** Promocja publikacji wydawnictw, czasopism uniwersyteckich, a także wybitnych publikacji zewnętrznych UwB, a także stworzenie (we współpracy z Wydawnictwem) folderu z opisem czasopism w języku polskim i angielskim w celu promocji czasopism podczas wyjazdów zagranicznych, a także pozyskania recenzentów, autorów.

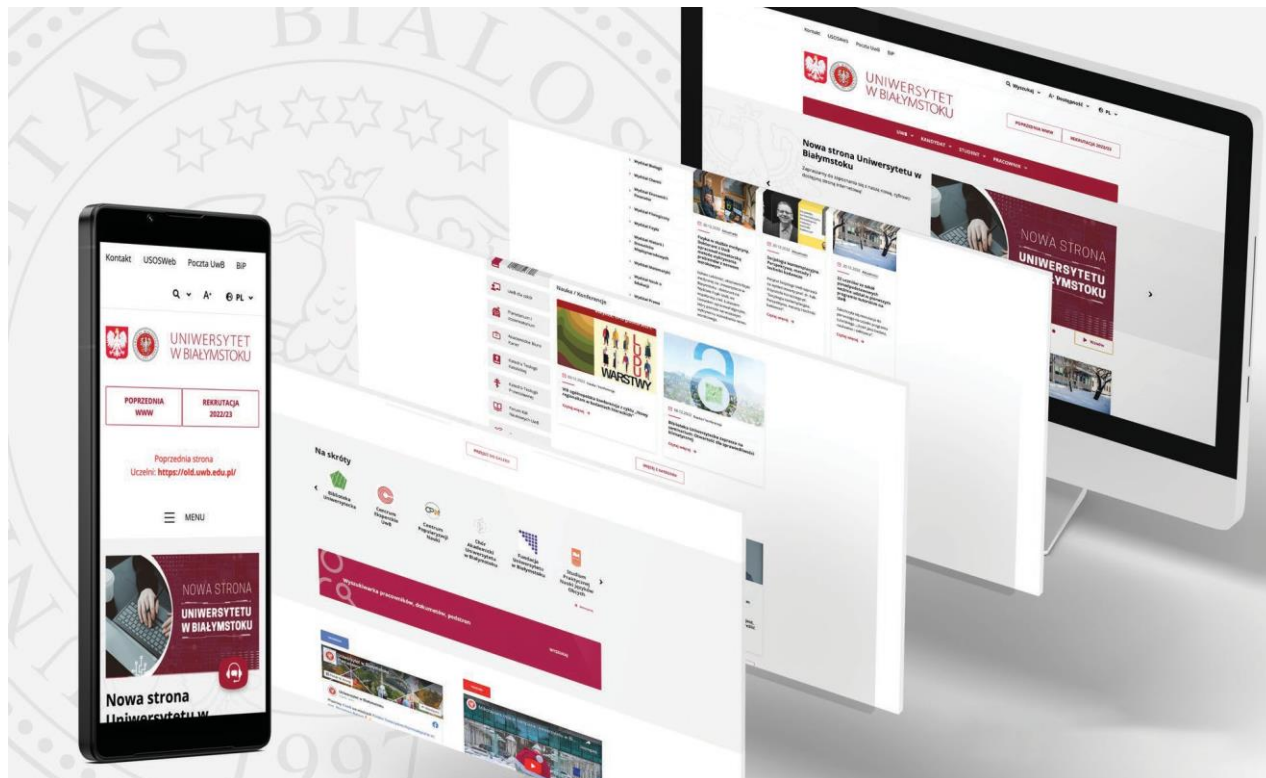
Cel nr 7. Promocja działań skierowanych do uczniów szkół średnich i kandydatów na studia drugiego stopnia

Działania:

- 1.1** Stworzenie atrakcyjnego wizerunku uczelni i poszczególnych kierunków na użytek promocji rekrutacji.
- 1.2** Promowanie akcji edukacyjnych Uniwersyteckiego Centrum Rekrutacji.
- 1.3** Stworzenie atrakcyjnego zaplecza mobilnego na użytek targów edukacyjnych (stoisko uczelni, spójne roll-upy, ścianki, ustalony dress-code, kolorystyka, materiały promocyjne).
- 1.4** Kontynuacja i doskonalenie akcji „Studiuje z UwB” skierowanej do szkół średnich
- 1.5** Wzmocniona promocja studiów drugiego stopnia (obejmująca także kandydatów spoza z UwB) „Zostań na UwB” „Zrób magistra” „Wróć do studiowania”.
- 1.6** Kierunkowanie oferty pod kątem zapotrzebowania i zainteresowania konkretnych szkół, profili klas, grup młodzieży oraz stworzenie oferty do młodzieży spoza Białegostoku (wykorzystując atuty miasta i regionu).
- 1.7** Poszerzone badania we współpracy np. z Wydziałem Socjologii dotyczące aktualnych trendów podatności promocyjnej młodzieży – treści, kanały, wartości.
- 1.8** Wsparcie promocyjne osób zaangażowanych w działania pro-rekrutacyjne spośród kadry i studentów UwB.
- 1.9** Przeszkolenie osób zaangażowanych w działania pro-rekrutacyjne z obsługi fotograficznej oraz wsparcie oprawy audiowizualnej podczas większych akcji edukacyjnych.
- 1.10** Promocja tutoringu i innych zindywidualizowanych form interakcji z młodzieżą.
- 1.11** Aktualizacja, doskonalenie, promowanie wśród kadry oraz uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych z Białegostoku i regionu strony internetowej szkoły.uwb.edu.pl.
- 1.12** Promowanie Białegostoku jako atrakcyjnego miejsca do studiowania w porozumieniu z innymi uczelniami (przy zaangażowaniu i współpracy z Urzędem Miasta i Urzędem Marszałkowskim).

II. Obszar – INFORMACJA

Cel 1. Doskonalenie polityki informacyjnej Uniwersytetu w Białymstoku



Działania:

- 1.1** Stały monitoring internetu pod kątem skutecznej, atrakcyjnej informacji na stronie internetowej.
- 1.2** Stały monitoring stron Wydziałów i innych jednostek UwB.
- 1.3** Udoskonalenie kalendarium wydarzeń uniwersyteckich na stronie internetowej (wypracowanie zasad zgłaszania aktualnych wydarzeń do kalendarium).
- 1.4** Udoskonalenie Informatora Uniwersyteckiego poprzez m.in. odświeżenie szaty graficznej, a także dodanie części, której gospodarzem będą studenci i doktoranci UwB (docelowo magazyn elektroniczny).
- 1.5** Utworzenie nowoczesnego newslettera z najważniejszymi aktualnościami i komunikatami, w formie mailingu do pracowników i studentów Uniwersytetu w Białymstoku.
- 1.6** Stworzenie na stronie internetowej systemu formularzy usprawniających: wydawanie gadżetów, materiałów promocyjnych, zgłaszania potrzeb konferencyjnych, wypożyczanie rollupów, ścianek, sprzętu, zgłaszanie potrzeb projektów, wydruku

plakatów, papieru firmowego, kopert itp.

- 1.7** Wypracowanie zasad selektywnego doboru informacji do publikowania w poszczególnych kanałach UwB: na głównej stronie internetowej UwB, stronach Wydziałów, jednostek, mediach społecznościowych, informatorze oraz Biuletynie Informacji Publicznej.
- 1.8** Upowszechnienie zasad przekazywania i udostępniania informacji na stronie UwB w wymiarze czasowym, jakościowym, merytorycznym (autoryzacja).
- 1.9** Informowanie mediów lokalnych i krajowych o najważniejszych wydarzeniach na Uniwersytecie w Białymstoku.
- 1.10** Stały monitoring treści o UwB, które ukazują się w mediach.
- 1.11** Współpraca z Działem Wsparcia Osób ze Szczególnymi Potrzebami pod kątem realizacji działań i procesów dostosowawczych Uczelni w celu dostępności publikowanych danych, informacji i rozwiązań dla jak najszerszego grona odbiorców, m.in. osób z szczególnymi potrzebami, czy wymagającymi dodatkowego wsparcia.

Cel nr 2. Doskonalenie i rozwój Platformy Uczelnianej Uniwersytetu w Białymstoku

Działania:

- 1.1** Doskonalenie strony internetowej pod kątem dostępności cyfrowej wzmacniającej wizerunek UwB przyjazny osobom z niepełnosprawnościami (*zgodnie z Ustawą o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych oraz Ustawy o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami*).
- 1.2** Rozwój platformy o nowe funkcjonalności i udogodnienia m.in. wdrożenie wspólnego Portalu Szkoleń, Wydarzeń i Konferencji, wirtualnego Asystenta Rekrutacji, eKomunikatów, Mapy Uczelni, Newslettera, modułu wizytówek pracowniczych, wdrożenie w dłuższej perspektywie systemu eCommerce.
- 1.3** Poszukiwanie środków (dostępnych na ogólną dostępność cyfrową) na rozbudowę systemu o kolejne funkcje, moduły, rozwiązania integrujące rozproszone na Uczelni usługi w jednym środowisku informatycznym.
- 1.4** Kontynuacja szkoleń administratorów systemu i redaktorów treści poszczególnych stron.
- 1.5** Wdrożenie zasady sprawdzenia i/lub kontroli danych opublikowanych na wszystkich stronach www Uczelni i ewentualne zasady usuwania danych i informacji, które wprowadzają w błąd lub stwarzają niebezpieczeństwo dla odbiorcy na wszystkich stronach.
- 1.6** Optymalizacja treści dla wyszukiwarek internetowych i doskonalenie narzędzi analitycznych, oprogramowania służącego do analizy dostępu i ruchu na stronach

internetowych (platforma open source Matomo – połączona z Platformą Uczelnianą Uniwersytetu w Białymstoku).

Cel 3. Doskonalenie promocyjne przekazu informacyjnego Uniwersyteckiego Centrum Rekrutacji

Działania:

- 1.1** Stworzenie nowoczesnego informatora oraz ulotek rekrutacyjnych w wersji do druku oraz cyfrowej (ulotki dla różnych grup odbiorczych promujące studia I stopnia, II stopnia, jednolite magisterskie, studia podyplomowe).
- 1.2** Stworzenie nowoczesnej prezentacji multimedialnej o uczelni ukierunkowanej na grupy odbiorcze - uczniowie szkół średnich, studenci I stopnia (w tym część dotycząca– promocji studiowania w Białymstoku).
- 1.3** Aktualizacja i intensywniejsza promocja oferty edukacyjnej na stronie internetowej uczelni i w social mediach.
- 1.4** Bieżąca aktualizacja i promocja Wirtualnych Dni Otwartych.
- 1.5** Stworzenie wspólnej szaty graficznej dla grafik przeznaczonych do promocji rekrutacji.
- 1.6** Stworzenie „pakietów promocyjnych” rozdawanych uczniom na targach edukacyjnych, podczas wizyt w szkołach czy wizyt gościnnych na naszej uczelni m.in. informator, ulotki, gadżety promocyjne.
- 1.7** Stworzenie nowoczesnego **filmu rekrutacyjnego** skierowanego do przyszłych studentów.
- 1.8** Promocja Dnia/Dni Otwartych na UwB (w jednakowym terminie, co ułatwiłoby promocję wszystkich wydziałów w tym samym czasie).

Cel 4. Doskonalenie działań na rzecz promocji umiędzynarodowienia i programu Erasmus+

Działania:

- 1.1** Stworzenie nowoczesnego informatora oraz ulotek w języku angielskim we współpracy z Działem Współpracy Międzynarodowej) w wersji do druku oraz cyfrowej (w tym informacja o czasopiśmie, wydawnictwie).
- 1.2** Stworzenie pakietu dla wyjeżdżających/przyjeżdżających w celu promowania Uczelni

za granicą: m.in. aktualna prezentacja multimedialna o Uczelni w języku angielskim, informator, ulotka, wybrane gadżety z brandingiem Uczelni w języku angielskim, np. nowoczesne *name tagi* na walizki.

- 1.3** Wzmocnienie i aktualizacja informacji na stronach obcojęzycznych oraz wyznaczenie osób odpowiedzialnych za treści w językach obcych.
- 1.4** Promowanie studentów i naukowców, którzy wyjeżdżają za granicę w ramach Programu Erasmus + i innych (prezentowanie najcenniejszych efektów staży).
- 1.5** Promowanie i informowanie o pobytach profesorów wizytujących na UwB.

III. Obszar – KREATYWNOŚĆ

Cel nr 1. Budowanie zasobu kreatywnego UwB



Działania:

- 1.1** Identyfikacja osób kreatywnych wśród pracowników, doktorantów i studentów UwB w kierunku powołania zespołu konsultacyjnego do opiniowania trudniejszych wyzwań promocyjnych.
- 1.2** Dążenie do uformowania względnie stałej grupy roboczej „Promocja UwB” obejmującej pracowników Działu Promocji UwB, powołane na Wydziałach osoby/

zespoły (adekwatnie do wielkości jednostki) odpowiedzialne za działania promocyjne oraz innych zaangażowanych pracowników, studentów i doktorantów.

- 1.3** Stworzenie systemu motywacyjnego doceniania kreatywnych osób i działań w zakresie promocji.
- 1.4** Bieżący monitoring rozwiązań promocyjnych krajowych i zagranicznych w kierunku identyfikacji i ewentualnego odpowiedniego zaadoptowania na UwB.
- 1.5** Dążenie do corocznej organizacji (np. w związku z inauguracją roku akademickiego lub jubileuszem UwB) przedsięwzięcia o dużym znaczeniu promocyjnym, z udziałem znakomitych gości - przedstawicieli m.in. świata nauki, kultury.

Cel nr 2. Współpraca w kreatywnym rozwoju Wydziałów UwB

Działania:

- 1.1** Powołanie na Wydziałach osób/zespołów adekwatnie do wielkości jednostki odpowiedzialnych za działania promocyjne.
- 1.2** Promocja działań wydziałów Uniwersytetu w Białymstoku (działania promocyjne w oparciu o wypracowany, we współpracy Działu Promocji z wydziałami, plan działania na dany rok oraz konsultacje w bieżących działaniach promocyjnych poszczególnych wydziałów).
- 1.3** Działania promocyjne na rzecz wzmocnienia i wykorzystania wizerunku Fili UwB w Wilnie, która wyróżnia Uniwersytet w Białymstoku na tle innych polskich uczelni.

Cel nr 3. Współpraca w kreatywnym rozwoju innych jednostek UwB

Działania:

Działania promocyjne poprzez wypracowany we współpracy Działu Promocji z innymi jednostkami UwB plan działania na dany rok oraz konsultacje w bieżących działaniach promocyjnych poszczególnych jednostek

- 1.1** Promocja działań Biblioteki Uniwersyteckiej im. Jerzego Giedroycia.
- 1.2** Promocja działań Wydawnictwa Uniwersytetu w Białymstoku.
- 1.3** Promocja działań Uniwersyteckiego Centrum Przyrodniczego im. Profesora Andrzeja Myrchy.

- 1.4 Promocja działań Uniwersyteckiego Centrum Obliczeniowego.
- 1.5 Promocja działań Studium Wychowania Fizycznego i Sportu.
- 1.6 Promocja działań Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.
- 1.7 Promocja działań Wschodniego Ośrodka Transferu Technologii.
- 1.8 Promocja działań Planetarium i Obserwatorium.
- 1.9 Promocja działań Centrum Popularyzacji Nauki.
- 1.10 Promocja działań Uniwersyteckiego Centrum Kultury.
- 1.11 Promocja działań Fundacji Uniwersytetu w Białymstoku.
- 1.12 Promocja działań Chóru Uniwersytetu w Białymstoku.
- 1.13 Promocja działań Centrum Eksperymentalnego w Białymstoku.

Cel nr 4. Współpraca ze studentami w kreatywnych działaniach promocyjnych

Działania:

- 1.1 Organizowanie cyklicznych spotkań z przedstawicielami Parlamentu Studentów w celu włączenia studentów w wypracowanie planów promocyjnych na dany rok oraz konsultacje w bieżących działaniach promocyjnych.
- 1.2 Konsultacje z organizacjami studentów i doktorantów m.in. w zakresie znaków firmowych UwB, spójnych działań promocyjnych, wzajemnego wsparcia w promocji wybranych wydarzeń.
- 1.3 Wypracowanie wspólnych działań z przedstawicielami studentów biorących udział w akcjach skierowanych do szkół.
- 1.4 Wsparcie promocyjne wyznaczonej reprezentacji studentów do promowania uczelni podczas targów edukacyjnych.
- 1.5 Współpraca ze studentami w zakresie tworzenia wydarzeń interdyscyplinarnych (np. Forum Kół Naukowych).
- 1.6 Współpraca przy organizacji i promocja „Uniwersaliów” jako corocznej, rozpoznawalnej imprezy studenckiej.
- 1.7 Promocyjne wsparcie systemowych programów „Aktywny Student”, „Aktywny Doktorant” oraz „Aktywny parlamentarzysta UwB” – m.in. stworzenie statuetek, dyplomów, krótkich filmów, wywiadów.
- 1.8 Przeprowadzenie kampanii promocyjnej wśród studentów: „Zostań twarzą UwB”.

Cel nr 5. Podejmowanie kreatywnych działań w organizacji różnych wydarzeń uniwersyteckich

Działania:

- 1.1** Wsparcie w opracowaniu koncepcji oraz organizacji Dni Otwartych na UwB (w jednakowym terminie, co ułatwiłoby promocję wszystkich wydziałów w tym samym czasie).
- 1.2** Stworzenie koncepcji i organizacja „Dyplomatorium” ogólnouniwersyteckiego, jako cyklicznej, corocznej uroczystości.
- 1.3** Współorganizacja imprez integracyjnych dla uniwersyteckiej społeczności akademickiej np. na terenie kampusu UwB.
- 1.4** Doskonalenie oprawy promocyjnej uroczystości uniwersyteckich takich jak: Inauguracja Roku Akademickiego, promocje doktorskie i habilitacyjne, nadawanie stopni DHC i innych.
- 1.5** Szczególne przygotowanie promocyjne jubileuszu 30-lecia Uniwersytetu w Białymstoku jako okazji do realizacji/kulminacji działań budujących markę UwB.
- 1.6** Wyodrębniona promocja działań kulturalnych, w tym utworzenie cyklu artystyczno-kulturalnego np. „Kultura na UwB” na stronie uczelni (m.in. działania chóru, teatrów studenckich, organizacji o tematyce artystycznej, wystawy twórców sztuki, a także działania Uniwersyteckiego Centrum Kultury).
- 1.7** Wsparcie organizacyjne i promocyjne w stworzeniu uniwersyteckiego sklepu z artykułami promocyjnymi, w celu wzmacniania marki UwB.
- 1.8** Wdrażanie Strategii promocji UwB:

Strategia promocji UwB będzie wdrażana poprzez działania operacyjne realizowane/koordynowane przez Dział Promocji UwB, pod nadzorem Rektora UwB, a także przez poszczególne jednostki UwB, pod nadzorem Działu Promocji UwB, w sposób przewidziany w Strategii.

Nastąpi wzmocnienie organizacyjne i kadrowe Działu Promocji poprzez zaangażowanie większej ilości merytorycznie właściwych osób, a w konsekwencji – poszerzenie zakresu działalności na rzecz rozwoju UwB i realizacji Strategii (rozszerzenie zakresu działania implikuje włączenie kompetentnych osób spośród pracowników UwB i/lub angaż nowych pracowników/współpracowników).

Będzie corocznie tworzony plan działań promocyjnych (wypracowany we współpracy z Wydziałami, innymi jednostkami oraz studentami i doktorantami), uwzględniający ustalone priorytety w zakresie realizacji Strategii.

Aktualizowane stale będzie kalendarium wydarzeń mających miejsce na UwB oraz poprawa ich ekspozycji na stronie internetowej (obowiązek zgłaszania ich przez organizatorów do osoby prowadzącej kalendarium z Działu Promocji, np. poprzez ujęcie w formularzach).

Corocznie będzie przeprowadzany przegląd realizacji Strategii promocji UwB, w oparciu o sprawozdawczość Działu Promocji UwB i bieżący nadzór Rektora UwB.

Oczywiście promocji nie da się zaplanować strategicznie, ale zrobmy wszystko, by się nam to udało :-)



Dział Promocji UwB
promocja@uwb.edu.pl